**EVALUACIÓN POR JUECES DE LA INVESTIGACIÓN:**

**Validación de escala para medir la intención de consumo hacia productos de emprendimientos sostenibles en la Generación Z**

**APRECIADOS JUECES:**

El presente instrumento tiene por objeto validar una escala para medir la intención de consumo hacia productos de emprendimientos sostenibles en la Generación Z.El cuestionario está dividido en dos partes: la primera, conformada por preguntas demográficas que caracterizan a la población estudiada. En la segunda parte, se presenta una serie de frases relativamente cortas que permiten reconocer elementos asociados con la intención de consumo en el segmento Generación Z orientado al emprendimiento sostenible. Para su aclaración, el emprendimiento sostenible se refiere a iniciativas empresariales que integran objetivos económicos con compromisos sociales y ambientales, buscando generar valor no solo para los accionistas, sino también para la sociedad y el medio ambiente (Bonfanti et al., 2024). Para ello, se utiliza una escala Likert de 5 puntos donde: 1: Totalmente en desacuerdo; 2: En desacuerdo; 3: Neutral; 4: De acuerdo; 5: Totalmente de acuerdo.

En cada uno de los ítems es necesario evaluar cuatro aspectos:

1. PERTINENCIA: Se califica la correspondencia del ítem en su enunciado y las alternativas de respuesta a los objetivos de la prueba.

2. COMPRENSIÓN DE LA PREGUNTA: Se califica que el grado en que el enunciado y las alternativas de respuesta logran ser comprendidas por el respondiente.

3. REDACCIÓN: Se califica si la redacción y términos usados son apropiados gramaticalmente para expresar las ideas en el enunciado y las alternativas de respuesta.

4. OBSERVACIONES: En la casilla final puede escribir las Sugieros que posee para cada uno de los ítems.

**Por favor, utilizar la siguiente escala de calificación:** 5=Muy Alta; 4=Alta; 3=Moderada; 2=Baja; 1=Muy baja

***Evaluación General***

Por favor, revise toda la prueba en general y responda dichas preguntas de la manera más detallada posible.

**EVALUACIÓN DE LOS ÍTEMS**

**ASPECTOS DEMOGRÁFICOS**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | PERTINENCIA | COMPRENSIÓN | REDACCIÓN | OBSERVACIONES |
| 1. ¿Cuál es su edad? | 5 | 5 | 5 | Previamente, es importante es recomendable incluir una pregunta filtro al inicio para asegurar que solo la población de interés (Gen Z) complete el cuestionario. Podrían iniciar con: “Este estudio está dirigido a personas de la Generación Z. Por favor, indica tu año de nacimiento.” y aplicar un filtro lógico. |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | PERTINENCIA | COMPRENSIÓN | REDACCIÓN | OBSERVACIONES RESPECTO AL ITEM Y A LA ESCALA |
| 2. ¿Cuál es su sexo?:  Hombre  Mujer | 5 | 4 | 4 | Consideren unificarla en una sola pregunta de “Género” con opciones inclusivas, que es una práctica estándar actual y más respetuosa: “Género: a. Femenino, b. Masculino, c. No binario, d. Prefiero no decirlo, e. Otro: \_\_\_\_\_\_\_”. |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | PERTINENCIA | COMPRENSIÓN | REDACCIÓN | OBSERVACIONES RESPECTO AL ITEM Y A LA ESCALA |
| 3. ¿Cuál es su género?:  Masculino  Femenino  Otro | 5 | 4 | 4 | Consideren unificarla en una sola pregunta de “Género” con opciones inclusivas, que es una práctica estándar actual y más respetuosa: “Género: a. Femenino, b. Masculino, c. No binario, d. Prefiero no decirlo, e. Otro: \_\_\_\_\_\_\_”. |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | PERTINENCIA | COMPRENSIÓN | REDACCIÓN | OBSERVACIONES RESPECTO AL ITEM Y A LA ESCALA |
| 4. Relacione su estrato socioeconómico  1-2-3-4-5-6 | 5 | 5 | 5 |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | PERTINENCIA | COMPRENSIÓN | REDACCIÓN | OBSERVACIONES RESPECTO AL ITEM Y A LA ESCALA |
| 5. ¿Cuál es su nivel de formación académica?  Bachiller  Técnico  Tecnólogo  Profesional  Posgradual | 5 | 5 | 5 |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | PERTINENCIA | COMPRENSIÓN | REDACCIÓN | OBSERVACIONES RESPECTO AL ITEM Y A LA ESCALA |
| 6. ¿Cuál es su ocupación?  Pensionado  Empleado  Empresario  Trabajador independiente  Desempleado | 5 | 4 | 4 | Esta sección requiere una revisión importante. La opción “a. Pensionado” es altamente improbable para la Generación Z. La omisión más significativa es la opción “Estudiante”, que probablemente sea la ocupación principal de un gran segmento de su muestra.  Sugiero Reemplazar las opciones por unas más ajustadas a la realidad de este grupo etario. Propongo: “Ocupación principal: a. Estudiante, b. Empleado, c. Estudiante y trabajador, d. Trabajador independiente, e. Empresario, f. Buscando empleo”. |

**CREACIÓN DE CONSTRUCTOS TEÓRICOS**

A continuación, se presenta una serie de frases relativamente cortas que permiten reconocer elementos asociados con la intención de consumo en el segmento Generación Z orientado al emprendimiento sostenible. Para su aclaración, el emprendimiento sostenible se refiere a iniciativas empresariales que integran objetivos económicos con compromisos sociales y ambientales, buscando generar valor no solo para los accionistas, sino también para la sociedad y el medio ambiente (Bonfanti et al., 2024). Para ello, debe responder con la mayor sinceridad posible a cada una de las oraciones que aparecen a continuación, de acuerdo con la siguiente escala: **1: Totalmente en desacuerdo; 2: En desacuerdo; 3: Neutral; 4: De acuerdo; 5: Totalmente de acuerdo.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Actitud hacia el consumo** | **PERTINENCIA** | **COMPRENSIÓN** | **REDACCIÓN** | **OBSERVACIONES RESPECTO AL ITEM Y A LA ESCALA** |
| Considero que apoyar emprendimientos sostenibles es beneficioso para el medio ambiente. | 5 | 5 | 4 |  |
| Me siento bien al comprar productos generados desde emprendimientos sostenibles. | 5 | 5 | 5 | Para evitar la repetición de la frase “productos generados desde emprendimientos sostenibles”, podrían definirla al inicio y luego usar una versión corta como “productos de emprendimientos sostenibles” o “productos sostenibles”. |
| Consumir productos sostenibles es una forma responsable de actuar como ciudadano. | 5 | 5 | 5 |  |
| Comprar productos generados desde emprendimientos sostenibles es una decisión inteligente. | 5 | 5 | 5 |  |
| Prefiero consumir productos sostenibles, aunque sean más costosos. | 5 | 5 | 5 | Excelente ítem, mide el trade-off económico. |
| Me importa el impacto ambiental de los productos que consumo. | 5 | 5 | 5 |  |
| Considero importante apoyar causas sociales a través de mi consumo. | 5 | 5 | 5 |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Norma subjetiva** | **PERTINENCIA** | **COMPRENSIÓN** | **REDACCIÓN** | **OBSERVACIONES RESPECTO AL ITEM Y A LA ESCALA** |
| Las personas que son importantes para mí valoran el consumo sostenible. | 5 | 5 | 5 |  |
| Mi círculo de amigos apoya la compra de productos generados desde emprendimientos sostenibles. | 5 | 5 | 5 |  |
| Siento que la sociedad me motiva a consumir de manera responsable. | 5 | 5 | 4 | Es un buen ítem, pero podría ser más específico. La motivación puede ser ambigua. Alternativa: “Percibo una presión social positiva para consumir de manera responsable.” |
| Mis familiares influyen en mi decisión de consumir productos sostenibles. | 5 | 5 | 5 |  |
| Me interesa que las personas cercanas valoren mis decisiones de consumo sostenible. | 5 | 5 | 5 |  |
| Me sentiría incómodo si mi entorno desaprueba el consumo de productos generados desde emprendimientos sostenibles. | 5 | 5 | 5 |  |
| Percibo que la sociedad espera que los jóvenes apoyemos el consumo responsable. | 5 | 5 | 5 |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Control percibido del comportamiento** | **PERTINENCIA** | **COMPRENSIÓN** | **REDACCIÓN** | **OBSERVACIONES RESPECTO AL ITEM Y A LA ESCALA** |
| Considero que tengo suficiente información para consumir productos de forma sostenible. | 5 | 5 | 5 |  |
| Puedo acceder fácilmente a productos de emprendimientos sostenibles. | 5 | 5 | 5 |  |
| Me siento capaz de identificar productos generados desde emprendimientos sostenibles. | 5 | 5 | 5 |  |
| Aunque quisiera, a veces no puedo consumir de forma sostenible por falta de opciones. | 5 | 4 | 4 | Este ítem está redactado en sentido negativo, a diferencia del resto. En psicometría, esto puede confundir a los encuestados y afectar la consistencia interna (alfa de Cronbach) si no se recodifica correctamente en el análisis de recodificación  Para una escala nueva, es preferible mantener todos los ítems en la misma dirección (positiva). Sugiero refrasearlo: “Encuentro suficientes opciones disponibles para consumir de forma sostenible.” |
| Estoy en condiciones económicas de elegir productos generados desde emprendimientos sostenibles. | 5 | 5 | 5 |  |
| Es fácil para mí cambiar mis hábitos hacia un consumo más sostenible. | 5 | 5 | 5 |  |
| Creo que tengo el control sobre mis decisiones de consumo sostenible. | 5 | 5 | 5 |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Intención de consumo en emprendimientos sostenibles** | **PERTINENCIA** | **COMPRENSIÓN** | **REDACCIÓN** | **OBSERVACIONES RESPECTO AL ITEM Y A LA ESCALA** |
| Tengo la intención de consumir productos de emprendimientos sostenibles en el futuro. | 5 | 5 | 5 |  |
| Estoy dispuesto a pagar un poco más por productos sostenibles. | 5 | 5 | 5 |  |
| Planeo buscar activamente emprendimientos sostenibles para mis compras. | 5 | 5 | 5 |  |
| Es probable que recomiende a otros el consumo de productos generados desde emprendimientos sostenibles. | 5 | 5 | 5 |  |
| Me gustaría participar en iniciativas que promuevan el consumo responsable. | 5 | 5 | 5 |  |
| Al elegir un producto, reviso si proviene de un emprendimiento sostenible. | 4 | 5 | 4 | Este ítem parece medir más un comportamiento pasado/actual que una intención futura. En la TPB (TCP), la intención precede al comportamiento. Sugiero reformular para que refleje intención, por ejemplo: “En mis futuras compras, tengo la intención de revisar si los productos provienen de un emprendimiento sostenible.” |
| Estoy comprometido con el consumo consciente y responsable. | 5 | 5 | 5 |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Norma moral personal** | **PERTINENCIA** | **COMPRENSIÓN** | **REDACCIÓN** | **OBSERVACIONES RESPECTO AL ITEM Y A LA ESCALA** |
| Es mi responsabilidad personal consumir productos que cuiden el medio ambiente. | 5 | 5 | 5 |  |
| Me sentiría mal conmigo mismo si no apoyo emprendimientos sostenibles. | 5 | 5 | 5 |  |
| Considero que es un deber ético consumir de forma responsable. | 5 | 5 | 5 |  |
| Independientemente de lo que piensen los demás, yo elijo productos sostenibles por convicción. | 5 | 5 | 5 |  |
| Cada persona debe actuar con conciencia moral al consumir. | 4 | 5 | 4 | Este ítem mide una creencia general sobre “los demás”, no la norma moral personal del encuestado. Sugiero: Hacerlo más personal, por ejemplo: “Siento que es mi deber personal actuar con conciencia moral al consumir” |
| Trato de consumir productos que tengan un impacto positivo en la sociedad. | 5 | 5 | 5 |  |
| Consumir de forma sostenible es una cuestión de principios y valores. | 5 | 5 | 5 |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Conciencia sobre el consumo sostenible** | **PERTINENCIA** | **COMPRENSIÓN** | **REDACCIÓN** | **OBSERVACIONES RESPECTO AL ITEM Y A LA ESCALA** |
| Estoy bien informado sobre lo que significa un emprendimiento sostenible. | 4 | 5 | 5 | Este ítem es muy similar al ítem “Considero que tengo suficiente información para consumir productos de forma sostenible” del constructo de Control Percibido. Sugiero que deben estar preparados para que en el análisis factorial exploratorio (AFE) estos ítems carguen en el mismo factor. Recomiendo revisar la definición teórica que distingue “conciencia/conocimiento” (saber qué es) de “control percibido” (sentirse capaz de actuar con esa información). |
| Conozco las consecuencias ambientales de mis hábitos de consumo. | 5 | 5 | 5 |  |
| Estoy al tanto de cómo mi consumo afecta a la sociedad y al planeta. | 5 | 5 | 5 |  |
| Me interesa aprender más sobre prácticas de consumo responsable. | 5 | 5 | 5 |  |
| Suelo investigar el origen de los productos antes de comprarlos. | 5 | 5 | 5 |  |
| Entiendo la diferencia entre un producto sostenible y uno convencional. | 5 | 5 | 5 |  |
| Soy consciente del impacto que tienen mis decisiones de consumo en el futuro del planeta. | 5 | 5 | 5 |  |

**EVALUACIÓN GENERAL**

Por favor evalúen los siguientes aspectos generales de la prueba

1. Opinión acerca de la Cantidad de ítems: La cantidad de 42 ítems (7 por constructo) es adecuada. Es un número suficiente para garantizar la fiabilidad de cada factor sin generar una fatiga excesiva en el encuestado.
2. Opinión acerca de los Temas cubiertos: La cobertura temática es excelente. la extensión del modelo TPB (TCP) con la norma moral personal y la conciencia sobre el consumo es muy pertinente para el estudio de la sostenibilidad, donde los factores éticos e informativos son cruciales.
3. En su opinión, ¿qué temas faltan por evaluar?: Considero que este test es adecuado y se ajusta a lo esperado en la evaluación de la temática.
4. ¿Qué opina del tipo de ítems que se incluyeron en esta prueba: adecuados? ¿se ajustan a las necesidades del instrumento?: Los ítems son adecuados y el uso de la escala Likert es el usual para este tipo de validación. Las sugerencias anteriores se centran en refinar su direccionalidad y especificidad.
5. ¿Qué otras Sugerencias tienen para esta prueba?: Considero que se puede tener en cuenta realizar una prueba piloto, antes del lanzamiento masivo, es fundamental aplicar el instrumento a una pequeña muestra (15-20 personas) de la población objetivo. Pídales que “piensen en voz alta” mientras responden para identificar ambigüedades o ítems confusos que no se hayan detectado.

En la etapa de análisis, el AFE será clave para confirmar si los 6 constructos propuestos emergen empíricamente. Presten especial atención a la posible fusión de los factores “Conciencia” y “Control Percibido”.

**Referencias**

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. <https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T>

Bonfanti, A., De Crescenzo, V., Simeoni, F., & Adaui, C. R. L. (2024). Convergences and divergences in sustainable entrepreneurship and social entrepreneurship research: A systematic review and research agenda. *Journal of Business Research*, *170*, 114336. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114336>

Brehmer, M. (2023). Perceived moral norms in an extended theory of planned behavior in predicting university students’ bystander intentions toward relational bullying. European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education, 13(7), 1202-1218. <https://doi.org/10.3390/ejihpe13070089>

Durán, M., Rodríguez, M., Ferraces, M.-J., Río, A., & Sabucedo, J.-M. (2016). Determinantes del mantenimiento del consumo de tabaco: Extensión de la Teoría de la Conducta Planificada. Terapia Psicológica, 34(1), 15-22. <https://doi.org/10.4067/S0718-48082016000100002>

Huang, C.-C., & Chen, T.-H. (2015). Moral norm and the two-component theory of planned behavior model in predicting knowledge sharing intention: A role of mediator desire. Psychology, 6(13), 1685-1699. <https://doi.org/10.4236/psych.2015.613165>

**Muchas gracias por su colaboración.**